ÑAPA

ZATERDAG 23 OKTOBER 2004 | INTERVIEW | AMIGOE | 5

Prof. De Freytas over marketing:

'Het is leuk om common sense wetenschappelijk te onderbouwen'

William de Freytas is een professor in het vakgebied International Marketing. Hij heeft gedoceerd aan universiteiten in Engeland, Polen, Nederland en Canada en is momenteel op Aruba, omdat hij graag iets wil terugdoen voor het eiland waar hij tot zijn achttiende heeft gewoond. De Freytas werkt mee aan een master-opleiding aan de Caribbean University of Aruba en heeft enkele van zijn collega's van de Universiteit van Tilburg overtuigd om ook hun medewerking te verlenen.

Door Anouska Kock-Folkers

William de Freytas is een geboren Surinamer. Hij kwam ter wereld in 1935 in Moengo, in het district Marowijne, als zoon van een Portugese vader en een Nederlands-Surinaamse moeder. Maar van zijn zesde tot zijn achttiende jaar woonde hij op Aruba, omdat zijn vader daar kwam te werken bij de Amerikaanse olieraffinaderij LAGO. De Freytas verliet Aruba in 1954 om te gaan studeren in Nederland, maar heeft altijd een band met het eiland behouden. Het is zijn wens om 'iets' terug te doen voor Aruba. En in de loop der jaren heeft hij vanuit die gedachte verscheidene werkzaamheden verricht op het eiland.

De Freytas geeft sinds 2003 les aan de Caribbean University of Aruba, een jonge privé-instelling in Oranjestad. Daar is hij course director van de executive master-opleiding International Business and Marketing. Van de vijf masterclasses die tijdens de tweejarige opleiding worden gegeven, verzorgt hij er een, namelijk International Marketing. De andere vier masterclasses zijn voor rekening van hoogleraren van de Universiteit van Tilburg, allen collega's van De Freytas, die zelf ook aan die universiteit verbonden is.
"Ik heb gezegd dat ik meewerk aan deze opleiding, maar alleen onder de voorwaarde dat er professioneel en op hoog niveau wordt gewerkt", vertelt de professor. Hij is enkele jaren geleden tijdens een bezoek aan Aruba in gesprek geraakt met de directeur van de Caribbean University of Aruba, drs. Frank Zaandam, die hem vroeg of hij voor de universiteit wilde werken. Uit dit gesprek is de opleiding International Business and Marketing voortgekomen.

VAKBEKWAAMHEID
Volgens De Freytas bestaat er op Aruba behoefte om de vakbekwaamheid van professionals op een hoger niveau te brengen. Hij stelt dit op basis van gesprekken die hij in de loop der jaren heeft gehad met verscheidene personen in allerlei sectoren van de maatschappij. De tweejarige opleiding aan de Caribbean University of Aruba is om die reden vooral afgestemd op werkende mensen die niet alleen zichzelf willen ontwikkelen, maar die ook meer willen betekenen voor de organisatie waarin zij werken. De opleiding is zodanig opgezet, dat de studenten de kennis en vaardigheden die zij leren meteen kunnen toepassen en testen op hun eigen werk.

De Freytas heeft in het recente verleden ook colleges verzorgd aan de Universiteit van Aruba, een overheidsinstelling. Verder heeft hij in de afgelopen twintig jaar verscheidene economische en econometrische studies verricht voor Arubaanse organisaties. Was het niet om familiebanden in Nederland, dan was de professor op Aruba komen wonen, zegt hij. Omdat hij dan nog meer voor het eiland zou kunnen betekenen.

De Freytas was als jonge student helemaal niet van plan om het onderwijs in te gaan. Na de middelbare school, het Dominicuscollege, volgde hij aanvankelijk in de voetsporen van zijn vader. Hij ging werken bij de LAGO. "Maar op een gegeven moment wilde ik hogerop. En toen zeiden ze tegen me, dat ik dan een opleiding moest gaan volgen. Toen ben ik naar Nederland gegaan."
De achttienjarige toog naar de hts in Dordrecht, gewapend met een referentiebrief van LAGO en een schriftelijke belofte van dit bedrijf dat hij bij terugkeer op Aruba weer bij de raffinaderij zou kunnen werken. Maar ergens tijdens zijn studie Chemische Technologie aan de hts, hoorde De Freytas dat de Amerikanen van plan waren om Aruba te verlaten. "Toen had het voor mij ook geen zin meer om terug te gaan."

'Ik zie overal dingen die ergens te maken hebben met marketing'

Tien jaar lang werkte hij in het Nederlandse bedrijfsleven, alvorens de toekomstige professor tot de bewustwording kwam dat hij graag voor de klas zou staan. Zijn onderwijsloopbaan plande hij heel bewust. Via een pedagogisch diploma (moakte eerstegraads) werd hij docent economie, statistiek en maatschappijleer voor het algemeen voortgezet onderwijs en het middelbaar beroepsonderwijs. Hij gaf onder andere les op een meao- en een vwo-school. Van daaruit volgde hij een universitaire opleiding Economie met variant Bedrijfseconomie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Na zijn doctoraal kon hij ook gaan werken in het hoger beroepsonderwijs en even later stond hij voor collegezalen bij de Universiteit van Utrecht.
Zijn doctorsgraad behaalde hij in 1986, toen hij promoveerde op een proefschrift over de economische aspecten van vrijetijdsbesteding. Dit proefschrift schreef hij in opdracht van vier samenwerkende universiteiten: van Tilburg, Kent (Engeland), Cracow en Poznan (Polen).

LEZINGEN
De Freytas stond bij deze universiteiten bekend als een wetenschapper die zich al ruim had verdiept in het onderwerp waar zij meer studie naar verlangden. Enige jaren voordat De Freytas zijn proefschrift maakte, had hij namelijk al in opdracht van de universiteit van Tilburg onderzoek verricht naar de economische aspecten van vrijetijdsbesteding. "Van het een kwam het ander", vertelt hij. "Ik gaf veel lezingen, zowel in Nederland als daarbuiten en deed ook andere dingen die met het onderwerp te maken hadden. Daardoor bouwde ik veel contacten op, eveneens in de hoedanigheid van bestuurslid van de Faculteit Economische Wetenschappen van de universiteit van Tilburg."

De universiteiten van Cracow en Poznan benoemden de gepromoveerde Tilburgse docent meteen tot hoogleraar. Een tijdje later verwierf hij die titel ook bij de universiteit van Kent. De universiteit van Tilburg heeft zijn hoogleraarschap later erkend. De Freytas is tegenwoordig professor, een titel die hij sinds eind jaren tachtig draagt door zijn benoeming in Polen en Engeland.

De professor is eigenlijk al gepensioneerd. Maar, zoals blijkt, is hij nog steeds actief in het onderwijs. Hij staat nog steeds voor de collegebanken en begeleidt nog steeds afstudeerstudenten, al doet hij het tegenwoordig iets rustiger aan.
Zijn vakgebied, International Marketing, is iets dat hem blijft fascineren. Het is vooral de diversiteit die hij interessant vindt. "Het is een vak dat leeft", zegt hij. "Er zitten zo veel aspecten aan. Als ik alleen al om me heen kijk, dan zie ik overal wel dingen die ergens te maken hebben met marketing. Het gaat vaak om dingen die voor de hand liggen, dingen die *common sense* zijn. En ik vind het leuk om die common sense wetenschappelijk te onderbouwen." Hij voegt eraan toe dat hij de opgedane kennis en ervaring op het gebied van International Marketing heel goed heeft kunnen benutten als adviseur, bestuurslid en commissaris van diverse vooraanstaande organisaties.

GLOBALISERING
International Marketing is een vakgebied dat wereldwijd een groeiende belangstelling geniet. Dat is niet zo raar, gezien de internationale ontwikkelingen. Er is sprake van globalisering. Markten spreiden zich uit, economieën van verschillende landen worden steeds meer van elkaar afhankelijk en veel bedrijven krijgen meer en meer te maken met internationale concurrentie.
"Het begrip internationale marketing bestaat al lang", legt De Freytas uit. "Maar tegenwoordig denkt men er anders over dan vroeger. Vroeger dachten bedrijven die hun producten in het buitenland wilden verkopen, dat het voldoende was om affiniteit te hebben met de cultuur van dat andere land. Tegenwoordig vindt men dat er ook goede managers nodig zijn voor het ontwikkelen en implementeren van een effectieve marketingstrategie."
Internationale marketing is volgens professor De Freytas 'het onderzoeken van de behoeften van mensen, inclusief de sluimerende behoeften, om vervolgens de behoeften van die mensen te beantwoorden'. Hij wijst erop dat 'marketing' iets heel anders is dan 'selling'. Bij het laatste wordt een product gepromoot, zonder dat is onderzocht of er überhaupt een behoefte voor bestaat. Het selling-concept gaat ervan uit dat de consument zonder tussenkomst van reclame en andere promotie een product niet zal kopen, terwijl marketing uitgaat van de behoeften van de koper. Deze twee begrippen, marketing en selling, worden dikwijls verkeerd gebruikt, vindt de professor.

Het programma is speciaal ontwikkeld voor de Arubaanse professional.

Van internationale marketing wordt gesproken wanneer een bedrijf zijn product in het buitenland aan de man brengt. De Amerikaanse McDonald's-restaurants vormen een goed voorbeeld, alsook de aanwezigheid van Polar in andere landen dan Venezuela, waar dit biermerk zijn hoofdkantoor heeft.

Wil een product het goed doen in het buitenland, dan kan het gebeuren dat het product aangepast moet worden aan de wensen van die buitenlandse markt. *Customizing* heet dat in marketingtermen. Zoals bijvoorbeeld Heineken-bier dat voor buitenlandse markten lichter van smaak is.
Het tegenovergestelde hiervan is *standardization*, waarbij er niets aan het product wordt veranderd. Dat ziet men bijvoorbeeld bij McDonald's, dat overal ter wereld hetzelfde basismenu biedt.

DISCUSSIES
In zijn colleges maakt professor De Freytas veelvuldig gebruik van zogeheten 'cases'. Zijn studenten moeten de problemen van cases analyseren en op basis van managementcriteria oplossingen aandragen die wetenschappelijk te onderbouwen zijn. Kortom, de studenten moeten problemen uit de praktijk kunnen herkennen en oplossen.
De professor ziet graag dat leerlingen tijdens zijn colleges actief meedoen. Hij houdt ervan om uitgedaagd te worden. Hij geniet van vragen en discussies. Bij sommige van de universiteiten waar hij totnogtoe heeft gewerkt, kwam hij op dat punt goed aan zijn trekken, bij de universiteit van Kent bijvoorbeeld. Daar had hij het voorrecht om te mogen doceren aan studenten die zelf al een brede praktijkkennis hadden opgebouwd en die met hun scherpe vragen, felle tegenwerpingen en interessante discussiestellingen de colleges spannender maakten.

De Freytas ervaart de studenten in Nederland als minder actief dan die in Kent. "In Nederland moet ik de studenten echt losmaken. In Engeland komen ze vanzelf los."
Evenzo geldt het voor de studenten op Aruba. De professor heeft zijn leerlingen op het eiland leren kennen als zeer rustige personen en doet er veel aan om hen te stimuleren om zich meer te uiten. Dat dit steeds beter gaat, pleit voor het onderwijs, rekenschap houdend met het feit dat de studenten op Aruba 's avonds colleges volgen, na een volledige werkdag.

Momenteel is De Freytas met de Caribbean University of Aruba in bespreking over een eventuele verlenging van hun samenwerking. De opleiding die De Freytas en de universiteit in 2003 hebben opgezet, blijkt zo goed aan te slaan, dat die mogelijk in oktober 2005 een derde groep nieuwe studenten mag ontvangen.
De opleiding is om diverse redenen aantrekkelijk. Zo is het programma speciaal ontwikkeld voor de Arubaanse professional in de sector dienstverlening en detailhandel, de sector die van 1990 tot 2000 met 170 procent is gegroeid en waarin 35 procent van de lokale beroepsbevolking werkzaam is. Bovendien wordt de opleiding gegeven door een team van vooraanstaande hoogleraren van de Universiteit van Tilburg, waarvan de Economische faculteit toonaangevend is in Europa op het gebied van wetenschappelijk onderwijs en onderzoek. Ook is de opleiding graag gewild, vanwege de titel die ermee behaald wordt, namelijk een MbA (een professional master, ofwel executive master). En tenslotte is de opleiding aantrekkelijk omdat de vakken uit de opleiding volledige vrijstelling bieden voor vakken aan de universiteit van Tilburg. Door een samenwerking tussen Aruba en Tilburg kunnen studenten met een MbA van Aruba in een jaar tijd een academische master behalen aan de universiteit van Tilburg. Bovendien worden de Arubaanse MbA-diploma's voorzien van een erkenning van de universiteit van Tilburg.

De Freytas, die eens door de studenten van de universiteit van Kent is uitgeroepen tot beste docent van het jaar, is blij met het succes van de opleiding.

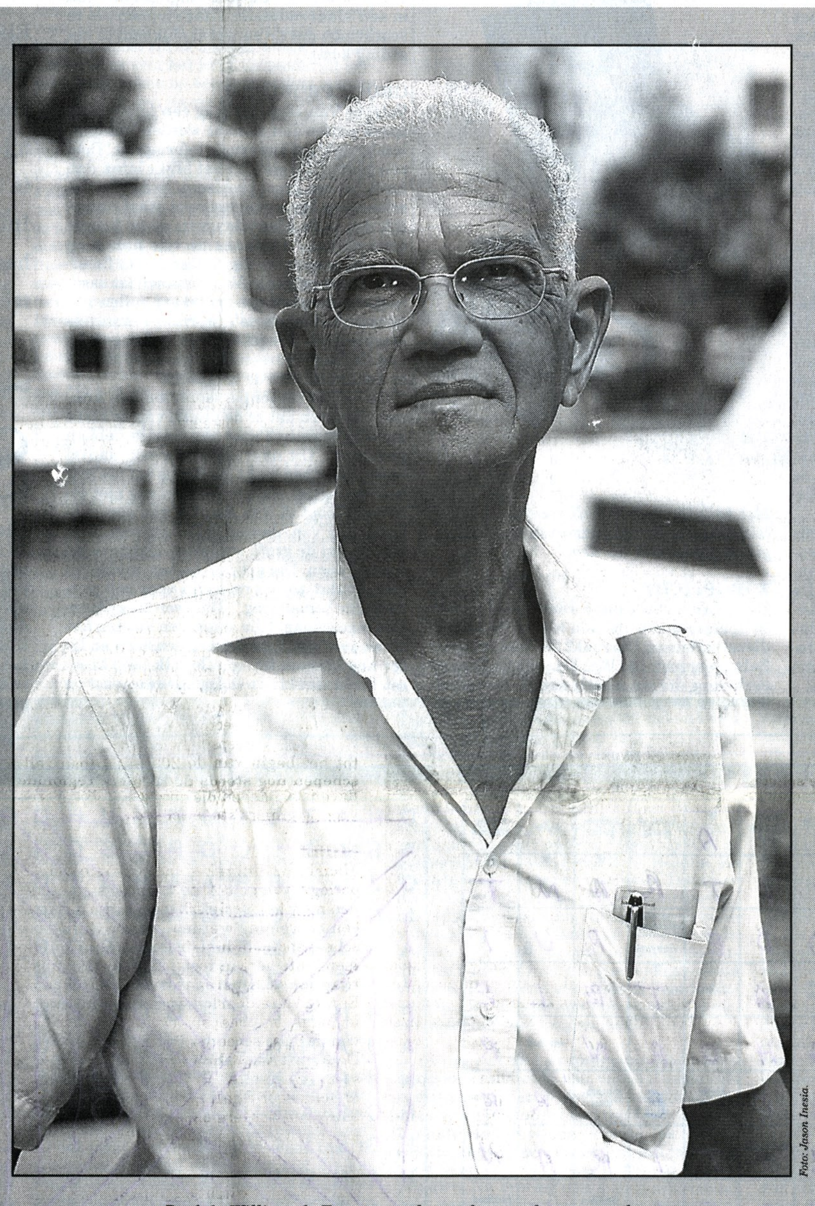
Foto: Jason Inesia.

Prof. dr. William de Freytas werd eens door studenten van de University of Kent in Engeland uitgeroepen tot docent van het jaar.